



花钱难买痛快 套路惹来烦恼



——我太难了!

图/刘晓东

文/顾忠良

曾经，“顾客就是上帝”的营销口号风靡一时，商家为了赢得顾客，将消费者奉(封)为“上帝”。时至今日，消费者虽有“上帝”之名，却未必能享受到“置身天堂”的待遇。

在人手一部或N部手机的当下，一个个预置应用软件让“上帝”头痛不已，不仅不能随意卸载，还要时不时发发“脾气”；在眼花缭乱的视频平台上，一步一忽悠的收费套路也让“上帝”痛心疾首，本以为可以一步到位，殊不知还需屡掏腰包。“上帝”不禁要问：我花钱，到底买到了什么？

手机行业竞争激烈，“红海”多年，或许是深化手机功能、创新产品

设计的路太难走，所以厂商们绞尽脑汁，联合应用软件运营商，披上功能齐全的伪装，携手踏上委屈用户的不归路。同样，在网络视频高度普及的当下，平台利用“迷宫”式的套路，“引诱”观众不得不“沿唯一道路前行”，也是“自废武功”。

纵观我们的生活与技术发展之路，永远都是简单方能流行，便捷才能持续，以质量立身、以品牌立命才是保障利润与口碑长期并驾齐驱的根本。

如今，手机用户群体愈发壮大，对产品的需求自然也更加多样，因此让用户享有方便、灵活、个性化的选择权才是明智之举；网络视频风

口正劲，观众从打开电视到点开视频的需求却始终如一——获取优质内容，因此以内容为王，吸引观众心甘情愿地花钱购买才是康庄大道。

让消费者物有所值、让经营者长久获利，光靠消费者敦促商家提升自我修养是不够的，配套的法律法规也应该加快健全和落实，以提供必要的保障。

缔造品牌非一朝一夕之功，毁掉品牌却可能一夜之间。在生活离不开屏幕的今天，只有多方位、全面地构建正向发展的产业生态，才能让产业链上的“人”长久地生存下去。

《讽刺与幽默》新媒体



微博



微信

强国号

下载学习强国APP
我的一订阅—添加
讽刺与幽默报



抖音